

自考网校 免费试听, 自考名师, 课件更新, 报名演示, 学习卡.



郭建华 韩旺辰 郝玉柱 张旭娟 孙茂竹 白薇

最权威的师资阵容

最及时的在线答疑

全程视频授课, 反复观看 不限次数

自考 365 网校数百门课程全面招生!

基础班+串讲班 祝您成功每一天!

## 全国 2005 年 10 月高等教育自学考试 国际市场营销学试题 课程代码: 00098

### 一、单项选择题 (本大题共 25 小题, 每小题 1 分, 共 25 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 生产与交换市场的国际化, 集中反应在商品国际化、技术国际化、劳务国际化和 ( )  
A. 信息国际化  
B. 资源国际化  
C. 资本国际化  
D. 物流国际化
2. 信息与一般物质不同, 它不会磨损, 但却容易过时, 因而具有 ( )  
A. 创新性  
B. 时效性  
C. 继承性  
D. 发展性
3. 企业的订货、销售量、生产量、价格等记录报告, 属于国际市场信息系统的 ( )  
A. 内部记录系统  
B. 市场情报系统  
C. 国际市场研究系统  
D. 市场运筹学系统
4. 在跨国市场信息系统中, 各国有一个国别级市场信息系统, 该系统一般是用于 ( )  
A. 战略性决策  
B. 经营性决策  
C. 管理性决策  
D. 战术性决策
5. 为了对问题进行初步探索或征询意见和评议而进行调查时, 适宜采用 ( )  
A. 非概率抽样  
B. 分层抽样  
C. 分群抽样  
D. 简单随机抽样
6. 企业采用许可证贸易、技术转让、劳务合作等方式进入国际市场的模式属于 ( )  
A. 出口打入模式  
B. 合同打入模式  
C. 投资打入模式  
D. 贸易打入模式
7. 产品品质、品牌和商标属于产品概念的 ( )  
A. 产品核心层  
B. 产品的有形特征层  
C. 产品期望层  
D. 产品的附加利益层
8. 国际间的科学技术交流活动、技术考察活动等属于 ( )  
A. 无偿技术转移  
B. 有偿技术转移  
C. 技术咨询服务  
D. 补偿贸易

地址: 北京市海淀区知春路 1 号 学院国际大厦 18 层 电话:(010)82335555

-第

9. 在技术贸易中, 技术商品的使用 ( )
- A. 没有物质磨损和精神磨损                      B. 有物质磨损和精神磨损  
C. 没有物质磨损, 只有精神磨损                  D. 有物质磨损, 没有精神磨损
10. 技术贸易最主要的形式是 ( )
- A. 许可贸易    B. 技术咨询服务  
C. 补偿贸易    D. 交钥匙工程承包
11. 技术商品在价值决定上具有 ( )
- A. 直接性    B. 间接性  
C. 多元性    D. 单一性
12. 在国际进出口服务贸易中占据主导地位的是 ( )
- A. 贫穷国家    B. 发展中国家  
C. 欠发达国家                                        D. 发达国家
13. GATT 中的最惠国待遇规定只给予其他缔约方产品, 而不给予 ( )
- A. 生产者    B. 代理商  
C. 批发商    D. 零售商
14. GATS 的透明度原则规定, 若缔约国的法律有所变化或立新法, 应通知所有缔约国, 并要求该通知至少 ( )
- A. 每月一次    B. 每季一次  
C. 每半年一次                                        D. 每年一次
15. GATS 的承认原则规定, 允许各国承认其他国家制定的有关专业人员的标准、许可和 ( )
- A. 服务标准的规定                                  B. 服务方式的规定  
C. 资格认定的规定                                  D. 资格设立的规定
16. 跨国公司占领和扩大投资所在国的商品市场为目标的国外投资属于 ( )
- A. 资源寻求型投资                                  B. 市场寻求型投资  
C. 成本寻求型投资                                  D. 机会寻求型投资
17. 为了扩大销售量、增加总收入而采取降价策略的产品需求价格弹性  $E_D$  应满足 ( )
- A.  $E_D > 1$     B.  $E_D = 1$   
C.  $0 < E_D < 1$                                         D.  $E_D = 0$
18. 促销信息的核心内容是 ( )
- A. 产品信息    B. 形象信息  
C. 信息语种    D. 信息主题
19. 工业广告的职能主要是支持人员推销工作和 ( )
- A. 提醒用户    B. 销售产品  
C. 树立形象    D. 加强服务





8%的市场占有率。一个不争的事实是，虽然海尔品牌在美国打出了一定的知名度，并且取得了一定的市场份额，但是其美国业务至今仍然处于亏损状态。

国内诸多企业非但没有采取海尔的国际化模式，相反却探索出自己的另一条国际化之路——跨国并购。

TCL 作为吃螃蟹者，去年成功合并了法国老牌家电厂商汤姆逊的彩电业务，组建了全球最大的彩电帝国。整合汤姆逊的彩电业务，TCL 总裁李东生喊出了 18 个月内合资公司盈利的目标。而联想也在今年出资 17.5 亿美元成功收购了 IBM 的 PC 业务。

这种国际化运作模式比海尔原来的国际化路线来得更有声势，连海尔自己也向这种趋势靠拢。

美国时间 6 月 21 日，经过长时间的酝酿和考虑后海尔终于亮出了自己的初步收购计划。海尔美国公司联手两家美国知名私募基金——贝恩资本 (Bain Capital) 以及黑石集团 (Black stone Group) 以每股 16 美元的收购价向美国电器业的百年老店美泰公司抛出价值 12.8 亿美元的“绣球”。

请根据以上案例材料分析：

- (1) 海尔在收购美泰之前对外直接投资采取的是什么方式？ (3 分)
- (2) 国内其他企业没有仿效这种方式而纷纷采用收购方式的原因是什么？ (7 分)